





Conceitos Básicos e Importância

Comunicação Empresarial

Impulsionadas principalmente pelo processo de globalização, as empresas ampliaram seu universo de atuação, desenvolvendo seus negócios em mercados nunca antes imaginados.

Até então, estas organizações eram conhecidas única e exclusivamente por seus produtos e serviços. Seu foco principal era o cliente e/ou consumidor, como encantá-lo, conquistá-lo e, principalmente como mantê-lo fiel às suas marcas, pois, afinal, é este processo que gera lucratividade para a empresa. Neste caso a comunicação utilizada era a mercadológica, que envolvia campanhas publicitárias de conteúdo comercial, calendário de eventos e promoções, marketing direto etc.

Porém, nos dias atuais, as empresas também estão se tornando conhecidas pelo posicionamento como pessoas jurídicas, em que reputação e imagens públicas positivas passam a ser objetivos estratégicos. As organizações são vistas e reconhecidas não apenas pelo cliente ou pelo consumidor mas pela sociedade, por meio da marca empresarial, sua imagem pública e sua reputação social.

Este relacionamento é chamado institucional / empresarial e dirigido a outros públicos de interesse tais como colaboradores, imprensa, governo, comunidade etc. A comunicação realizada é denominada empresarial, organizacional, institucional ou corporativa, às vezes usada como sinônimo. Nessa comunicação, a empresa tenta vender seu modo d

pensar e agir no mercado e na sociedade, embasado em uma missão estruturada e uma visão de futuro.

A necessidade de manter a transparência elevou a Comunicação Empresarial nas empresas a um nível estratégico. Mensagens, atividades e produtos - de reunião com investidores e relatórios anuais a atividades filantrópicas e propaganda empresarial - são analisados hoje por todos os públicos de uma organização sendo que, a proliferação de veículos de comunicação on-line, incluindo portais na WEB, sistemas de mensagens instantâneas e blogs, acelerou o fluxo de informações e acesso ao público em velocidades cada dia maiores.

As mudanças que ocorrem hoje no cenário da Comunicação Empresarial podem ser definidas em três grupos:

1. Novos públicos;
2. Novos canais e tipos de conteúdo;
3. Novas formas de mensuração da eficácia.

Com tudo isso, cabe hoje ao profissional da área não apenas "posicionar" a empresa, mas também "ajudar a defini-la". Sob esta ótica, o alinhamento e a integração da comunicação empresarial com todos os públicos são capazes de criar ou acabar com a reputação de uma empresa.

Comunicação Empresarial - Definições

Entre as várias definições existentes de comunicação empresarial, as que podemos afirmar serem as mais relevantes são as seguintes:

- Processo por meio do qual os públicos de interesse percebem a identidade, imagem e a reputação da empresa;

- A atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo para estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos de pessoas a que esteja direta ou indiretamente ligada;

- O esforço das corporações em construir bons relacionamentos com seus diversos públicos para obter publicidade favorável e construir uma boa imagem corporativa.

Um ponto importante a ressaltar é que: A Comunicação Empresarial não visa a venda de um produto ou serviço, uma vez que não utiliza uma argumentação nesse sentido, e, se a viesse a utilizar, seriam poucas as probabilidades de êxito.

Por que se preocupar com a Imagem Empresarial?

1. Porque hoje o consumidor está mais exigente, ele quer saber quem é a empresa que fabrica o produto que está disponível para compra, exige mais em relação a qualidade e confiabilidade. Nesta situação, a marca corporativa / empresarial torna-se um forte diferencial competitivo.

2. O consumidor é também cidadão, e nesse papel ele está preocupado com a empresa sob o ponto de vista social, seu compromisso com a comunidade e sua responsabilidade com o futuro do planeta. O reconhecimento da empresa desse ponto de vista lhe confere um assertivo atributo de confiabilidade.

3. Existe hoje um cenário muito mais acirrado de concorrência, produtos similares e com isso há uma rápida erosão das vantagens competitivas das organizações. Aquilo que uma empresa faz pode ser, em certos casos, facilmente copiado. Neste caso as atitudes e comportamento da empresa tornam seu maior diferencial.

Saiba Mais

A imagem também se constrói com palavras

- **Linguagem verbal e não verbal**

Já sabemos o quanto a comunicação empresarial é importante para divulgar a imagem e a reputação da empresa para o público de interesse, para estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos de pessoas a que esteja direta ou indiretamente ligada, e para construir bons relacionamentos com seus diversos públicos. Mas para que isso ocorra de forma eficaz, é importante que saibamos utilizar as diferentes formas de comunicação.

Nós nos comunicamos e interagimos por meio da linguagem que pode ser verbal e não verbal. "Verbal" vem do latim "verbum", que significa "palavra". Por isso, a linguagem verbal é o uso da palavra na comunicação, seja na oralidade ou na escrita, sendo a matéria do pensamento e o veículo da comunicação social. Assim como não há sociedade sem linguagem, não há sociedade sem comunicação.

A Comunicação Escrita, uma das formas da linguagem verbal, engloba desde a escrita à mão até a impressa e digital. Muitas vezes, é a modalidade mais padronizada, por envolver um período de preparo e

elaboração e organização das ideias. Contudo, pela falta da comunicação não verbal, a probabilidade de não entendimento das intenções do emissor da mensagem é maior.

A Comunicação Oral, outra forma da linguagem verbal, é o tipo mais simples para a maioria das pessoas, pois aprendemos a falar ainda na infância. Mesmo as pessoas com dificuldades para falar em público podem ter uma boa oratória quando se sentem em um ambiente seguro ou com pessoas íntimas.

De uma forma geral, pode-se afirmar que a linguagem verbal exerce grande fascínio desde os primórdios da civilização. Observa-se, na história, relatos em que o poder da palavra tem grande influência na humanidade. Um exemplo é a Bíblia, um dos documentos escritos mais antigos e mais lidos que se tem notícia, que no seu primeiro capítulo atribui a criação do mundo ao poder da palavra:

Gênesis 1

1 No princípio criou Deus o céu e a terra.

2 E a terra era sem forma e vazia; e havia trevas sobre a face do abismo; e o Espírito de Deus se movia sobre a face das águas.

3 **E disse** Deus: **Haja luz; e houve luz.**

Já a linguagem não verbal é aquela que não usa palavras, como por exemplo a comunicação visual presente na fotografia, no cinema, na pintura, etc., além das imagens utilizadas na comunicação cotidiana, como os sinais de trânsito, os cartazes e placas indicativas de lugar (banheiros, restaurantes, telefones) e atividades (proibições de fumar, de usar buzina, etc.). Outros tipos de comunicação não verbais são os códigos sonoros, também usados no trânsito, ou para indicar atividades

de importância privilegiada (os sons dos carros de bombeiros, polícia, ambulância). A linguagem gestual é também um tipo de linguagem não verbal, muito estudada por ter, em teoria, dado origem à linguagem humana. A linguagem gestual está muito presente na comunicação e atua como auxiliar na identificação de desejos, intenções, às vezes não expressos linguísticamente.

A linguagem corporal, tipo de linguagem não verbal, é um dos pontos principais quando se fala em comunicação não verbal, pois sua compreensão ajuda a comunicação mais eficaz e a identificação do verdadeiro objetivo dos outros emissores. Ela afeta diretamente o resultado da comunicação, podendo reforçar uma mensagem ou demonstrar a falta de conexão entre as palavras faladas e os verdadeiros sentimentos ou intenções. Assim, a comunicação não verbal se torna essencial para criar conexão e sinergia entre as pessoas no ambiente de trabalho.

Saber usar adequadamente os diferentes tipos de linguagem, bem como reconhecê-las, é muito importante, e o sucesso na comunicação depende disso, ou seja, quando um interlocutor recebe e compreende uma mensagem adequadamente. Para isso, é importante ter bastante atenção às mensagens passadas, muitas vezes inconscientemente, por ambas as linguagens para que se possa corrigir qualquer mal entendido que possam gerar.

Atividade resolvida

Sobre a linguagem verbal e não verbal, é correto afirmar:

a) A linguagem verbal e não verbal são duas modalidades de comunicação que nunca são empregadas juntas.

b) A linguagem verbal representa a linguagem formal, enquanto a linguagem não verbal é representada pela linguagem informal.

c) A linguagem verbal é sempre culta e segue os padrões da gramática da língua.

d) A linguagem não verbal não pode ser realizada nem com a fala, nem com a escrita.

e) A linguagem verbal também pode ser chamada de linguagem mista, pois utiliza diversas variantes da língua.

Resposta D - A linguagem não verbal utiliza signos visuais, sons e gestos para se comunicar. A escrita e a fala são modalidades da linguagem verbal.

Atividade extra

Nome da atividade: Vídeo - Este é o seu cérebro durante um processo de comunicação

Link para assistir a atividade:

https://www.ted.com/talks/uri_hasson_this_is_your_brain_on_communication?utm_campaign=tedspread&utm_medium=referral&utm_source=tedcomshare



Referência Bibliográfica

ARGENTI, P.A. Comunicação Empresarial: A construção da Identidade, Imagem e Reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

RIEL, CEES B. M. Van Reputação: O valor estratégico do engajamento dos stakeholders. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

ROCHA T., GOLDSCHIMIDT A (coord.). Gestão de Stakeholders. São Paulo: Saraiva, 2010

Ir para exercício